

доводит ставку до среднего рыночного уровня. Высокая инфляционная составляющая в России также приводит к росту процентной ставки. Вследствие этого при стандартном сроке образовательного кредита в 10 лет уплата процентов увеличивает для заемщика заимствованную у банка сумму в 2—2,3 раза. Ежемесячный платеж при сумме кредита 15 тыс. долл. составляет около 500 долл., а при кредите в 25 тыс. долл. – 650 долл. При таком уровне ежемесячных платежей по кредиту заемщику сразу по окончании вуза надо получить работу с заработком не менее 1 тыс. долл. в месяц или рассчитывать на помощь своих родственников.

2. Отсутствие отсрочки по уплате процентов в период обучения и невозможность взять кредит для оплаты сопутствующих расходов питания и проживания студента, что ограничивает использование кредита для студентов очной формы обучения.

3. Сложности с обеспечением кредитов. Образовательный кредит предоставляется под услугу, имеющую нематериальную форму, а не под товар, который имеет материальную форму и может выступать предметом залога. Невозможность залога самого предмета кредитования приводит к необходимости использования других форм обеспечения обязательств по кредиту, большей частью поручительства родственников и знакомых студентов и абитуриентов. При типичном для России распространении серых зарплатных схем и неразвитости таких институтов, как кредитные бюро и личные кредитные истории, установление истинной кредитоспособности граждан, как правило, проблематично, что усложняет процедуру принятия решения о выдаче кредита, требует привлечения к обязательствам возврата кредита имеющих постоянные доходы созаемщиков и поручителей.

4. Небольшой опыт предоставления «длинных» кредитов у российских банков и, как следствие, недоверие населения к банкам при вступлении с ними в длительные отношения.

5. Банки, со своей стороны, не всегда осознают перспективы этой формы кредитования. Образовательное кредитование может заложить базу для привлечения клиентов на длительный срок: получивший когда-то образовательный кредит студент в будущем придет в свой банк и за ипотечным, и за потребительским кредитом, и за кредитом на неотложные нужды.

Этот сложный клубок проблем, приводящий к недоступности образовательных кредитов для большинства российских граждан, может быть распутан путем реализации следующих мероприятий:

- введение системы государственной поддержки кредитования образования;
- совершенствование рыночной системы образовательного кредитования (создание специальных механизмов по снижению рисков невозврата кредитов, расширение круга участников системы кредитования за счет включения корпораций, страховых компаний, вузов, рекрутинговых агентств);
- популяризация образовательных кредитов посредством широкой рекламы.

Реализация этих направлений сделает образование действительно доступным для современной российской молодежи.

О.В. Кривошеина

Российский государственный профессионально-педагогический университет

ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Конкурентоспособность товара это способность соперничать на рынке с товарами сходными по своему назначению и функциям. Перед менеджментом вуза стоит серьезная задача обеспечить рынок труда квалифицированными кадрами, тем самым обеспечить конкурентоспособность не только отдельного вуза, в котором учился выпускник, а затем и предприятия, на котором будет работать уже выпускник, но страны на мировой арене. Для решения этой задачи необходимо выявить ключевые факторы обеспечения успеха в образовательной отрасли при разработке стратегии организации работы вуза.

В условиях рыночных отношений образовательные услуги можно рассматривать как товар и поэтому к данному виду услуг факторы, применяемые к определению конкурентоспособности товара.

Факторы можно разделить на управляемые и неуправляемые. К числу управляемых факторов можно отнести следующие: позиционирование услуг, т.е. выбор целевых сегментов; разнообразие предлагаемых образовательных программ; цена образовательных услуг; финансовые ресурсы; научно-технический потенциал.

К неуправляемым со стороны менеджмента вуза факторам относятся: численность целевой аудитории; доход на душу населения; стоимость ресурсов – трудовых, информационных и т.д.; состояние нормативно-технической базы.

Неуправляемые факторы являются средой, в которой существует вуз, и государственная политика должна создать такие условия, при которых спрос на качество образовательных услуг повышался. Т.е. перечисленные факторы могут быть управляемыми со стороны государственной власти и органов местного самоуправления для обеспечения благоприятной возможности развития учебных заведений.

В.Н. Кулагин, Л.В. Сергеева

Тольяттинский государственный университет

МОДЕЛИРОВАНИЕ БАЗЫ ЗНАНИЙ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРА ПО ПРОДАЖАМ АВТОМОБИЛЕЙ

Актуальность исследования, моделирование базы знаний для автоматизированного рабочего места менеджера продаж обусловлена производственной необходимостью для организации и систематизации, специальным образом организованных файлов, хранящих систематизированную информацию (понятия, правила, факторы), совокупность которых представлена в базе знаний необходимой для формирования системы принятия решений. Гипотеза исследования заключается в том, что можно повысить качество принимаемых решений, если разработать базу знаний системы принятия решений с последующим выбором наилучшей альтернативы для лица принимающего решения. Целью проектирования является построение базы знаний, как механизма для сбора и систематизации релевантной информации для последующего принятия альтернативных решений руководством или ЛПР.

В результате исследования было выполнено:

Построена модель социально-экономического процесса на примере автоматизированного рабочего места менеджера продаж.

Системный, функциональный, параметрический, морфологический, информационный анализ, результаты, которого послужили основой для разработки и построения базы знаний АРМ менеджера продаж.

Построена модель семантической сети, разработаны продукционные правила и построена фреймовая модель АРМ менеджера. В качестве средств реализации фреймовой модели была выбрана программа ERwin, т.к. она позволяет моделировать логическую и физическую структуру, баз данных и баз знаний и наглядно представлять фреймовую структуру модели и реляционные связи.

Разработана система принятия решений. Применена методика выбора наилучшей альтернативы (Пратто-оптимальность) и рассчитан глобальный критерий. Основываясь на полученных результатах и экспертной оценке, принимаем решение, что для повышения эффективности работы предприятия ООО «МИР» необходимо выбрать альтернативу №4.

Методика расчетов была предложена руководству предприятия. Результаты исследования имеют практическое значение. Разработанная база знаний находится на рассмотрении руководства ООО «МИР» для ее практическом использовании.

Т.Е. Кускова, В.Г. Аникина

Томский государственный педагогический университет

ДИДАКТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Преподавание экономических дисциплин в высших учебных заведениях должно обеспечивать потребности общества в обучении принципам рыночной экономики, которые